论智慧时代智慧型媒体人才的培养

摘　要：智慧时代催生了传统媒体人才向智慧型媒体人才的转型与重组，并形成了一定的特征，本文分析了当前制约智慧型媒体人才培养的几个主要问题，提出了加强智慧型媒体人才培养对策。

关键词：智慧时代；媒体；智慧型人才；培养

中图分类号：G20　　**文献标识码**：A

文章编号：1671-0134（2017）08-123-03　　**DOI**：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.08.048

■文 / 熊继梅

2015 年 3 月 5 日上午十二届全国人大三次会议上，李克强总理在政府工作报告中首次提出“互联网 +”行动计划，并强调要大力发展智慧城市，自始智慧城市建设如火如荼，标志着我国拉开了智慧时代建设序幕。智慧时代对各行各业提出了新的挑战和要求。媒体是传播文化知识、宣传科学思想的重要载体，智慧时代承担着宣传智慧时代精神的重任，其自身发展更是直接与智慧时代建设息息相关。其中，以互联网为依托的数字化媒体越来越显著地改变着传统媒体模式，赋予出版传媒智慧时代的新蕴涵。有相关统计数据，中国数字媒体产业产值从 2006 年的 213 亿元，增长到 2013 年的 2540 亿元，年均增长率超过 30%[1]。如何培养符合时代要求的智慧型媒体人才，是当前媒体业所面临的一个新挑战。本文试就这一挑战谈几点看法。

1. 智慧型媒体人才主要特征

一般认为，智慧时代是以“互联网 +”为主要依托，以数字化、物联化和智能化为主要特征的新型社会形态，其中互联网的发展为主要基础。互联网的快速发展，彻底改变了社会信息、资讯的生产、传播模式以及覆盖范围和应用方式。而数字化、物联化和智能化的出现则给媒体业原有的编辑、出版、管理、经营模式带来了重大影响，也促使了智慧时代媒体人才一些新特征的形成。

1.1 创新特征

创新是智慧时代的特征之一。“互联网 +”是创新 2.0 下的互联网发展的新业态，是知识社会创新 2.0 推动下的互联网形态演进及其催生的经济社会发展新形态。“互联网 +”推动经济形态不断地发生演变，为改革、创新、发展提供广阔的网络平台。体现在媒体上，以互联网为主要载体的数字出版技术为媒体业注入了新的活力，数字化出版与传统媒体日趋互融发展，并越来越呈现出叠加的发展趋势。而这种发展自始至终都是以创新为基础，客观上要求媒体人才必须要尽快转变角色，要在工作中坚持创新理念，实施创新政策，制定创新计划。数字化出版不仅需要技术创新、内容创新，更需要媒体模式的创新，一个智慧型编辑不仅必须在创新中丰富自己的专业知识，更要在创新中去实现自身角色的转换和重组。因此，一个合格的智慧型媒体人员必须是一个不断创新、不断进步的智慧型人才。

1.2 技术特征

数字技术是智慧时代的另一大特征。就数字化出版而言，其技术的蕴涵更是显而易见。数字出版使用二进制（0、1）技术手段对出版（报纸、图书、杂志、地图、多媒体载体等）的整个环节进行数字化操作，包括原创作品的数字化、编辑加工的数字化、校对过程数字化、印刷复制的数字化、发行销售数字化、阅读消费数字化和日常应用数字化等[2]。相较于传统纸质版而言，网络电子版深入到每个用户终端，并快速感知响应个体读者的心理需求和情感需求。数字化出版模式下，编辑已不仅仅是传统意义上的稿件“加工者”，更是一个“技术员”，承担着对稿件的筛选、组合、拆分、互链等工作，涵括信息采集、内容编排、形式表达、媒体组合、信息链接等内容，这种模式的运作，任何一个环节都需要数字出版技术的支撑。而这样的出版工作也不可能再像以前那样由一两个编辑就可完成，而是必须由一个既能懂网络技术又具有较高专业水平且协调能力强的编辑团队才能完成。因此，智慧型的媒体人才应该个个都是“技术员”。

1.3 多能特征

融合发展是智慧时代另一个主要特征。“互联网 +”中的 + 代表的就是跨界，就是重塑融合，只有融合协同了，群体智能才会实现。就媒体而言，既面临着传统媒体与新兴媒体的融合，更面临着与其他相关产业的融合。媒体融合发展并非简单的新旧媒体叠加，而是一个系统化的融合发展过程，既是一种新技术新方法的融合，更是一个从出版到营销的全方位的融合。新形势要求媒体工作者必须要尽快转变角色，适合这一新的发展模式。媒体工作者不仅要熟悉数字出版技术运作，更要懂得数字出版的营销运作，实现出版物的社会效益与经济效益双赢。而媒体营销，对编辑而言既是一个跨专业的工作，同时也是一个社会化的工作，往往需要整个团队的共同努力，各司其责才能取得成效。因此，智慧型媒体

人才，不仅需要专业技术知识，更需要一专多能的媒体运作技能，同时，又能懂策划，善于经营管理，简言之，智慧型媒体人才，不仅是编辑家，更应该是策划家、营销家。这既是智慧时代对媒体人才的新要求，亦是智慧时代智慧型媒体人才的主要特征和内涵。

1. 4 智慧型媒体人才培养困境

当前，我国智慧型媒体人才的培养依然受到一些问题的制约和困扰，主要表现在三点：一是思想观念的困扰。一些媒体从业者对智慧时代出版新技术、新模式认识不足，甚至有抵触情绪，特别是一些所谓的“双轨制”单位，由于有所谓的编制保障，一些在编人员得过且过、不思进取、头脑僵化，无法适应智慧时代对编辑的新要求；二是管理机制僵化的困扰。我国很多出版媒体至今依然尚未完全市场化，缺乏必要的自主经营权，人才队伍建设缺乏必要的市场基础。特别是一些大专院校所属媒体至今依旧是体制僵化，一些编辑部依然为非独立法人机构，这些直接导致对智慧型媒体人才无法按照市场化要求去培养管理；三是培训机制不健全的困扰。“互联网 +”是一门全新的信息技术，数字化作为一种新兴出版模式，技术含量非常高，其本身也是在探索中不断发展，目前，我国依然未形成有效的智慧型媒体人培训体系，缺乏相应的权威性的系统理论支撑，特别是一些大专院校出版专业，尚未建立智慧型编辑人才长效培训教育机制。所有这些都一定程度上制约了智慧时代智慧型媒体人才队伍建设。

2. 智慧型媒体人才培养对策

加强智慧型媒体人才的培养不仅是媒体自身发展的要求，更是社会发展的要求，作为智慧时代的编辑，只有掌握和利用了现代编辑手段，才能充分发挥编辑的作用，使之更好地为科技进步、经济发展建设服务[3]。根据智慧型出版人才特征及要求，加强智慧型媒体人才的培养应从如下几点去着手。

2. 1 解放思想，更新观念，实现编辑自身的角色转换

思想是行动的指南，思想决定行动的方式方法。媒体从业者必须要解放思想、更新观念，这主要包括两方面的内容。

2.1.1 提高认识，勇于创新

首先，媒体从业人员要正确认识智慧型媒体人才的现实意义，树立勇于接受新事物、勇于创新的理念。智慧型媒体人才，从社会发展而言，是我国社会发展向智慧型社会形态转化的一个重要组成部分，是媒体发展的新要求；从技术上而言，智慧型媒体人才是现实媒体向智慧型出版形态发展的必要支撑；智慧型媒体人才用媒体新技术武装自己，创新媒体运营新的方式方法，代表着媒体发展的先进性。因此，智慧型媒体人才，是我国媒体发展的必由之路，是大势所趋，任何不能适应这一趋势的媒体从业者终将被淘汰。媒体从业者只有正确认识到这一点，才能树立勇于创新勇于改革的理念，才能主动积极去认识新事物，接受新观念。

2.1.2 加强学习，尽快实现角色转换

其次，媒体从业者必须要不断加强学习，尽快实现角色转换。一是编辑要认真学习出版新技术新模式，深刻领悟并掌握其要领；二是按照各自的专业特长，进行再定位、再分工，把自己的专业和专长与多种新兴媒体高效的传播方式有机结合起来，要努力提高自身素质，提高新媒体业务能力；三是要与时俱进，及时了解熟悉信息传播技术的新发展新动态，使自己在不断进步中成为新媒体的佼佼者；四是就出版单位而言，要通过媒体之间互派人员交流学习、定期轮岗锻炼等方式，进一步提高本单位编辑驾驭各种新兴媒体的能力，单位更要重新对编辑岗位职责和分工进行设计，根据实际情况增设新岗位，并明确各自的岗位职责，并在实践中摸索、制定新的工作流程和规范，最终促使编辑自身的角色转换。

2. 2 完善市场竞争机制，创造智慧型媒体人才良好环境

从国家管理层面而言，智慧型编辑版人才的培养，本质上也是一个不断深化人才市场竞争机制的过程。因此，管理部门必须要以此为重点，进一步完善市场竞争机制，全力推动智慧型媒体人才的培养。

2.2.1 完善人才市场竞争机制，促进智慧型编辑人才队伍建设

首先，国家管理部门应进一步建立以市场为中心的媒体管理体制，在媒体管理体制改革中，对于可以由市场发挥作用的领域，要充分依靠市场来实现人才资源最优化配置，特别是对一些依然实行所谓双轨制的媒体单位，要尽可能地推动制定相应的人才市场竞争机制，并落实到位；其次，对于市场机制不能发挥作用的媒体单位要进行有效引导，要打破传统对媒体管理大包大揽的思想模式，站在媒体发展的立场，由过去的命令型转变为服务型，根据媒体发展的实际要求，为其创造必要的工作条件，制定相应的激励政策，以市场竞争促进智慧型媒体人才队伍建设。

2.2.2 加强管理机制创新，推动智慧型媒体人才培养

创新管理机制一直是媒体发展的一个重要内容。针对当前一些媒体机构依然体制僵化、管理方式陈旧等实际情况，相关职能部门要进一步加大管理力度，进一步推动媒体机构的改革发展，促使媒体机构进一步切实推进体制创新，探索、完善并实施符合媒体自身发展规律的体制机制。媒体单位在人才队伍培养上要抓好三点，一是要建立公平、公正的智慧人才竞争机制，要制定相关的政策。措施做到人尽其才、能者居之的人才培养竞争机制；二是要制定人才创新奖励机制，还要制定政策措施，鼓励媒体人才不断创新，将员工的报酬与业绩联系起来，实行创新与绩效挂钩的奖励机制；三是建立长效管理机制，出版单位要将智慧型媒体人才的培养作为一项长期的工作狠抓落实，并在实际工作中不断完善，要建立公开的民主机制，开拓视野，吸引更多的有用之才加入编辑队伍，为做大做强储备雄厚的人才力量，确保智慧型媒体人才价值的动态增长。

2. 3 完善智慧型媒体人才培训体系，建立人才培养长效机制

就技术层面而言，完善智慧型媒体人才培训体系是关键，而建立人才培训长效管理机制则是基础。针对现实情况，加强智慧型媒体人才的培养，应从以下几点改进。

2.3.1 加快推进媒体专业的教育改革

加快推进媒体专业的教育改革是培养智慧型媒体人才的长效措施。目前，我国高校出版专业的课程设置还是偏重于

传统教学模式，出版机构在选用新编辑时，也往往偏重于考察其文字能力。而智慧时代则要求编辑不仅要懂文字，更要懂新媒体技术，特别是网络出版技术，如图像、音视频、动画等多媒体的制作，信息合成，数据、信息筛选分析整合等等。因此，当前的高校媒体专业教育模式已经滞后于智慧时代发展的需要，国家相关管理部门有必要统筹安排，制定政策，切实推进高校媒体教育的改革，要求或倡导学校引进数字媒体编辑学、数字媒体技术与应用等课程，高校也应该积极推进自身的教育改革，建立符合新时期教育需要的智慧型媒体人才教育机制。

2.3.2 建立媒体新知识新技术培训

当前，我国出版业新知识和新技术的普及力度不够，导致很多媒体从业者未能及时学习掌握新技术新知识。主要体现在一些媒体单位原有从事传统媒体工作的编辑未能及时学习并熟悉掌握新媒体出版技术，导致媒体单位人才青黄不接。解决这问题，除了出版单位要全力引进熟悉新媒体技术人才外，更要对现有编辑人员加强教育培训，使他们尽快实现角色转换，适应新形势发展的需要。对此，相关部门应该大力加强出版新技术的普及力度，鼓励媒体行业建立相应的数字化出版教育培训专门机构，通过培训机构定期对媒体从业人员进行培训教育。

2.3.3 建立人才培养长远战略规划

智慧时代，媒体机构应将智慧编辑队伍建设作为媒体发展的一项长远战略目标，有针对性地制订和落实人才培养计划，并在实际工作中不断健全完善。具体应该做好三点：

一是培训制度规划。培训是加强学习、提高编辑素养的重要手段。媒体机构应将选送具有创新精神和一定能力的青年编辑到相关单位学习培训作为一项规划长期实施，让编辑通过学习切实提高自身的综合素质。

二是奖励制度规划。媒体机构应出台完善的奖励制度，通过奖励手段提高媒体人才的创新积极性和自我综合素质提高的觉悟，奖励内容应该包括岗位奖励、项目奖励、成果奖励等，将奖励与编辑自身的价值紧密相连，促使编辑自觉去实现自己的编辑价值，最终实现编辑队伍建设处于常态增值状态。

三是量化制度规划。所谓量化制度规划是指在实际工作中实施人才培养量化目标管理。媒体出版机构可以制订人才培养具体工作标准，首先是传统意义上的所谓四种新闻编辑力培训标准，具体表现为发现新闻、辨识新闻主次轻重、呈现新闻内容和形态、整合各新闻要素及社会关系的四种能力[4]，其次是新媒体运作能力标准，如对互联网新技术熟练掌握的程度、对新技术写作的应用程度等，应要求记者除会使用电脑、相机、录音笔等常规采访设备外，还得会摄像，掌握博客、微博、微信、qq 等网络技术，并通过这些技术快速高效生产出不同定位、不同个性、不同特色的新闻信息产品，满足不同受众群体的需求，从而产生多种效益的叠加，使一次信息采集以最低成本产生最大效益。最终也促使智慧型媒体人才的形成。

3. 结语

总之，智慧型媒体人才的培养是当前我国媒体在发展过程中面临的一个新的挑战，智慧型媒体人才的培养必须要针对实际情况多措并举，才能切实取得实效。媒

参考文献

[1] 汤雪梅 . 数字出版产业发展的八大趋势解读 [J]. 出版发行研究，2014（2）.

[2] 曲崑 . 试论数字出版技术及数字出版的发展方向 [J]. 中国新技术新产品，2009（13）：254.

[3] 陈欣 . 科技期刊编辑工作的现代化、网络化初探 [A].2006 中国优势与特色学科学术期刊发展暨国际拓展研讨会文集，2006：20-21.

[4] 罗庆学 . 新闻编辑力——媒体参与竞争的重要环节 [J]. 新闻导刊，2008（2）.

（**作者单位**：今日消防杂志社）

（上接第 122 页）

不断的实践和积累中，我们能够看到更多优秀的数据新闻可视化作品。媒

参考文献

[1] 赵月 . 我国网络媒体数据新闻研究 [D]. 渤海大学，2016.

[2] 张嘉佳 . 数据新闻：大数据时代讲故事的新方式研究 [D]. 兰州大学，2016.

[3] 肖小旗 . 纸媒的一种新型报道方式：数据新闻 [D]. 安徽大学，2016.

[4] 贾千慧 . 手机新闻客户端数据新闻可视化现状及发展研究 [D]. 电子科技大学，2016.

[5] 程一丁 . 大数据时代下数据新闻的发展研究 [D]. 成都理工大学，2015.

[6] 陈欣 .《21 世纪经济报道—飞笛金融圈》金融新闻的数据可视化研究 [D]. 河北大学，2015.

[7] 周冉冉 . 大数据时代门户网站数据新闻可视化探究 [D]. 山东师范大学，2015.

[8] 叶文宇 . 大数据时代可视化新闻的特点及发展趋势 [J]. 传播与版权，2015，（09）：30-31，42.

（**作者单位**：广州南方报业传媒集团；南方舆情数据研究院）